

BAB II

DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN

Sekilas PT. Djarum Indonesia

Perusahaan rokok kretek DJARUM didirikan oleh Oei Wie Gwan, seorang pria kelahiran Rembang tahun 1903. Oei Wie Gwan mengawali usahanya pertama kali di bidang produksi mercon atau petasan. Hasil usahanya dipasarkan di seluruh Jawa dikenal sebagai Mercon Leeuw (Leo). Perusahaan yang dimiliki oleh Oei Wie Gwan bersifat *perishable* yang bermakna mudah musnah, sekali bakar langsung musnah dan hal ini terbukti dalam industri merconnya. Namun karena musibah pada dasarnya datang tanpa dapat diduga, usaha yang telah dirintis dari tahun 1929 ini meledak karena kecelakaan pada tahun 1939. Tiga tahun kemudian yaitu di tahun 1942, pabrik kembali meledak berawal dari kecerobohan para perampok yang saat itu berupaya merampok. Musibah yang terjadi dan masuknya jaman penjajahan Jepang membuat Oei Wie Gwan akhirnya pindah haluan menjalankan usaha lain. Sejalan dengan prinsip menggeluti industri penghasil produk yang bersifat *perishable*, Oei Wie Gwan memutuskan untuk membuka perusahaan rokok. Kemudian dibelilah merek rokok “Djarum” berikut perijinannya. Awal mulanya PT. Djarum dikenal sebagai NV Moeroep yang sebelumnya merupakan milik H.M Sirodz. Baru pada tanggal 21 April 1951 dibeli oleh Oei Wie Gwan dan berbentuk PR Djarum (Pabrik Rokok Djarum)

pada saat itu. Untuk merek Djarum sendiri diinspirasi dari jarum pemutar gramafon.

COMPANY PROFILE PT. DJARUM

Maksud Dan Tujuan Perusahaan

Memberikan motivasi dan inspirasi kepada seluruh keluarga besar Djarum untuk bekerja lebih keras memuaskan konsumen dengan memproduksi rokok kretek kualitas terbaik dan mempertahankan pasar.

Visi PT. Djarum

Djarum sebagai organisasi yang professional di dalam perkembangannya di era globalisasi ini telah menentukan beberapa nilai dan tujuan. Dimana nilai – nilai dan tujuan tersebut merupakan salah satu syarat untuk dapat bertahan dan juga guna mendukung usaha untuk berprestasi tinggi dan sesuai dengan kinerja kelas dunia (*world class*).

Visi Masa Depan

a. Sasaran Besar :

Menjadi yang terbesar dalam nilai penjualan dan profitabilitas di industri rokok Indonesia.

b. Uraian Visi :

1. Kepemimpinan dalam pasar dengan cara menghasilkan produk – produk yang berkualitas tinggi secara konsisten dan inovatif untuk memuaskan konsumen.
2. Penciptaan citra positif yang kuat untuk perusahaan dan merek – merek kita.
3. *Management professional* yang berdedikasi serta Sumber Daya Manusia yang kompeten.

Misi Djarum :

“Kami hadir untuk memuaskan kebutuhan merokok para perokok”

Budaya Perusahaan

Untuk mendukung tercapainya visi masa depan tersebut, Djarum telah mendefinisikan, menetapkan, dan akan menerapkan lima nilai inti perusahaan.

Nilai – nilai inti (*Core Values*) dari PT. Djarum yaitu :

1. Fokus kepada pelanggan

Bagi PT. Djarum pelanggan merupakan perhatian utama, sebab hidup mati perusahaan juga ditentukan oleh pelanggan. Oleh karena itu mendengarkan pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan merupakan cara yang ditempuh Djarum untuk memuaskan kebutuhan mereka. Salah satu contoh nyata yang dapat dipetik dari nilai ini adalah, bahwa PT. Djarum selalu melakukan inovasi dan pengembangan produknya baik dari segi kualitas

produk, proses produksi, pemunculan produk dengan rasa – rasa baru dan hal – hal lain yang semua tetap berfokus pada pelanggan.

2. Profesionalisme

Profesionalisme yang dimaksudkan disini yaitu merupakan suatu sikap dan bukan hanya suatu perangkat kemampuan. Seorang professional adalah orang yang bekerja dengan sikap yang baik dan melakukannya dengan cara terbaik dan juga memiliki perhatian yang serius.

3. Organisasi yang terus belajar (*Corporate Learning*)

Organisasi yang terus belajar disini maksudnya adalah, bahwa Djarum sebagai suatu organisasi menyadari posisinya yang berada di tengah – tengah publik dan oleh karena itu, Djarum selalu belajar dari karyawan yaitu publik internalnya, pelanggan sebagai publik eksternalnya dan juga lingkungan sekitarnya secara terus menerus agar dapat mengetahui juga segala perkembangan yang tengah terjadi di lingkungan maupun masyarakat. Belajar adalah kepentingan seluruh jenjang. Dengan dilandasi sikap keterbukaan dan saling percaya, Djarum yakin dan berani melakukan perubahan dan percobaan tanpa merasa terancam.

4. Satu keluarga

Satu keluarga yang dimaksudkan disini adalah bukan dalam artian hubungan saudara atau hubungan satu darah. Tetapi, Djarum merupakan satu himpunan orang yang mempunyai pertalian khas dan mau hidup bersama dengan tatacara yang disepakati bersama untuk mencapai satu tujuan.

5. Tanggung jawab sosial

Tanggung jawab sosial merupakan suatu sikap yang mengarah pada kepekaan dan kepedulian terhadap kepentingan – kepentingan masyarakat dan lingkungan dalam kehidupan berbisnis PT. Djarum.

Struktur Organisasi PT. Djarum Kudus (Terlampir)

1. CEO (*Chief Executive Officer*)

Merupakan pemilik (owner) dari PT. Djarum dan bertanggung jawab untuk kemajuan perusahaannya, merupakan konseptor, pemberi inspirasi dan semangat baru untuk *progress*.

2. COO (*Chief Operating Officer*)

Bertanggung jawab kepada CEO dan bertugas dalam hal pengawasan seluruh kinerja perusahaan dari tingkat manajerial hingga proses produksi

3. ES (*Executive Secretary*)

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas membantu COO dalam masalah administrasi

4. SA (*Strategic Affairs*)

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas dalam penyusunan program – program yang akan dilakukan oleh perusahaan.

5. IA (*Internal Audit*)

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas melakukan pengawasan dan pemeriksaan untuk memastikan pelaksanaan sistem, prosedur, dan operasional

perusahaan berjalan dengan baik sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

6. Coracomm (*Corporate Communication*)

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas dalam fungsinya sebagai jembatan komunikasi terhadap publik atau fungsi komunikasi eksternal dalam rangka membangun dan menjalin hubungan dengan publik maupun *stakeholders*.

7. QMS (*Quality Management System*)

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas dalam hal pengawasan bahan baku.

8. SCM (*Supply Chain Management*)

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas dalam transport dan penyediaan barang.

9. Bus Dev (*Bussiness Development*)

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas melakukan pengembangan terhadap sistem bisnis perusahaan meliputi operasional dan sistem kerja perusahaan.

10. Finance Department

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas mengelola keuangan perusahaan, mengawasi arus keuangan dan segala sesuatu yang berhubungan dengan *budgeting* dan proses *accounting*.

11. Production Department

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas mengelola seluruh proses produksi yaitu baik dari proses pencampuran bahan baku (*primary*) hingga proses produksi rokok (*secondary*), dengan selalu menggunakan teknik – teknik best practice untuk peningkatan mutu seperti TPM (*Total Productive Maintenance*) TQC (*Total Quality Control*) dan sebagainya.

12. Marketing Department

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas mengelola brand management, pemasaran produk dan komunikasi yang berkaitan dengan brand atau merek. Selain itu juga berperan dalam membangun *image* positif di mata pelanggan (*customers*) sehubungan dengan produk.

13. HRD Department

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas mengelola DM dalam bentuk memotivasi dan meningkatkan kemampuan SDM dan juga menjadi jembatan komunikasi antara karyawan dengan perusahaan.

14. R & D Department

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas melakukan penelitian mulai dari kualitas penyediaan bahan baku yang sesuai dengan merek rokok tertentu, penyediaan stock yng optimal, hingga pengelolaan saus dan peracikan cengkeh.

15. Biztech

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas mengelola sistem informasi elektronik, mengadopsi kemajuan teknologi informasi untuk meningkatkan kinerja organisasi dan mensosialisasikannya kepada pengguna internal.

16. Purchasing Department

Bertanggung jawab kepada COO dan bertugas dalam pembelian dan penyediaan bahan baku seperti tembakau dan cengkeh serta bahan – bahan pendukung produksi lainnya termasuk kemasan dan sebagainya.

Struktur Organisasi Departemen *Public Relations* PT. Djarum (Telampir)

1. Head of Corporate Affairs

Bertanggung jawab kepada COO (*Chief Operating Officer*) dan bertugas mengkoordinir kinerja Departemen *Public Relations*, menentukan program kerja *Public Relations* dan budgetnya.

2. PR Manager

Bertanggung jawab kepada *Head of Corporate Affairs* dan bertugas mengkoordinir kinerja *Public Relations Officer* (PRO), mensosialisasikan program kerja kepada PRO, melakukan evaluasi atas kinerja PRO.

3. PR Officer

Bertanggung jawab kepada *Public Relations Manager* dan bertugas melaksanakan program kerja PR, menyerap informasi yang relevan dan

meneruskannya kepada bagian terkait, membangun dan menjalin jalur – jalur komunikasi dengan *stakeholders*.

CSR DJARUM TREES FOR LIFE

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Djarum di bidang pelestarian lingkungan, yaitu Djarum Bakti Lingkungan sudah dimulai sejak 1979. Salah satu kegiatan awalnya adalah merintis penghijauan Lingkungan Kota Kudus. Selain itu, Djarum juga membagikan bibit pohon ekonomi mangga harum manis secara cuma-cuma kepada penduduk. Hasilnya, selain kota semakin rimbun, panen mangga tersebut memberi pemasukan ekstra bagi penduduk kota Kudus sehingga perekonomian dan kualitas hidup pun meningkat. Demi kesinambungan kegiatan penghijauan ini, Djarum juga mendirikan pusat pembibitan aneka tanaman penghijauan dan tanaman langka yang dikelola secara intensif. Sehingga upaya pembibitan tanaman langka ini dapat menjadi bagian dari usaha dalam mempertahankan kelestarian tanaman-tanaman langka dari kepunahan. Dengan komitmen yang tidak pernah putus inilah, maka Djarum Bakti Lingkungan terus berusaha melakukan penanaman pohon dan ikut berperan serta dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan mengurangi dampak pemanasan global melalui Djarum Trees For Life.

Tujuan utama yang menjadi misi khusus pengadaan program Trees For Life ini sebenarnya dikarenakan efek pemanasan global yang dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat dunia. Pemanasan global adalah kenaikan suhu udara rata-rata di seluruh

permukaan bumi. Kenaikan suhu udara ini terjadi karena semakin banyak gas-gas rumah kaca di atmosfer bumi. Gas-gas ini memiliki efek rumah kaca, sehingga sinar matahari bisa masuk menembus kaca, namun panas dari rumah kaca tidak bisa keluar karena tertahan oleh kaca, sehingga udara di dalam rumah kaca lama-kelamaan menjadi lebih panas. Hal seperti ini dilakukan petani di daerah beriklim dingin untuk meningkatkan dan menjaga kestabilan suhu di daerah pertaniannya. Demikian pula gas-gas rumah kaca di atmosfer bumi. Sinar matahari mampu menerobos lapisan gas ini sehingga mencapai permukaan bumi. Sebagian sinar itu diserap bumi, lainnya dipancarkan kembali ke atmosfer (udara) dalam bentuk panas. Panas ini akan diserap gas-gas rumah kaca, kemudian dipancarkan kembali ke segala penjuru arah, termasuk sebagian besar ke arah bumi. Panas yang dipancarkan kembali ke arah Bumi inilah yang menyebabkan suhu udara di permukaan bumi menjadi lebih tinggi. Peningkatan konsentrasi (jumlah) gas-gas rumah kaca ini di atmosfer dengan sendirinya akan meningkatkan jumlah panas yang terperangkap di lapisan udara permukaan bumi. Dalam jangka panjang hal inilah yang menyebabkan pemanasan global. Dampak negatif dari pemanasan global ini sudah disuarakan banyak kalangan sejak beberapa dekade lalu, namun komunitas dunia terutama kalangan industri baru sadar dalam beberapa tahun terakhir setelah lapisan es di kutub mulai mencair. Pencairan es di kutub dikhawatirkan akan menaikkan muka air laut, yang bisa menenggelamkan pulau dan sejumlah kota di tepi pantai, serta segala aktivitas masyarakat di kawasan pesisir. Dampak lain dari pemanasan global yakni terganggunya pola iklim. Pola iklim yang tidak teratur membuat pola tanam pertanian menjadi kacau, bahkan bisa

berakibat pada gagal panen yang bisa mengakibatkan kelaparan bagi manusia. Oleh karena itu, untuk menghindari malapetaka karena kenaikan suhu tersebut bangsa-bangsa di dunia sepakat untuk mengurangi emisi karbon ke udara mulai tahun 2020. Berkurangnya areal hutan karena pembabatan dan konversi untuk kepentingan lain seperti pemukiman dan kawasan industri, juga menjadi faktor yang mempercepat peningkatan konsentrasi CO₂ di atmosfer dalam beberapa dekade terakhir. Oleh karena itu penanaman pohon dan penghutanan kembali areal kritis merupakan langkah penting mengurangi pemanasan global. Gencarnya pemberitaan mengenai fenomena pemanasan global dan dampaknya telah memunculkan kesadaran di berbagai kalangan masyarakat di dunia untuk berpartisipasi melawan kenaikan suhu bumi ini.

PT. Djarum menyadari bahwa perang melawan pemanasan global bukan hanya tanggung jawab pemerintah atau para pemilik modal, melainkan tugas bersama seluruh umat manusia. Oleh karena itu harus semakin banyak orang yang diajak berpartisipasi, sehingga dalam rangkaian program penanaman pohon ini PT Djarum melibatkan banyak kalangan, mulai dari pemerintah daerah Jawa Tengah, Kepolisian, kelompok tani, artis, lembaga swadaya masyarakat (LSM), perguruan tinggi, blogger, dan bahkan kaum pelajar.

Kini salah satu program Djarum Bakti Lingkungan yaitu Djarum Trees For Life yang sudah berjalan sejak Januari 2010 telah berhasil menyelesaikan misi tahap pertama yaitu menanam sebanyak 2 767 Pohon Trembesi di sepanjang turus Semarang-Kudus. Penanaman pohon Trembesi dalam program Djarum Trees For

Life dapat memberikan manfaat keteduhan dan pengurangan emisi gas CO₂ sehingga menjadi salah satu upaya untuk mengurangi efek pemanasan global. Penyelenggaraan program Djarum Trees For Life ini dilatar belakangi oleh berbagai survei, penelitian serta pendalaman informasi dan pengetahuan oleh PT. Djarum dengan turut mengamati hasil yang diperoleh dalam Konferensi Tingkat Tinggi Puncak Perubahan Iklim pada 18 Desember 2009 di Copenhagen - Denmark yang menuntut adanya pengurangan emisi karbon dunia harus di bawah ambang batas yang ditargetkan yaitu 25 hingga 40 persen. Program Djarum Trees For Life ini juga merupakan perpanjangan tangan Pemerintah Indonesia, dimana Pemerintah Indonesia dalam konferensi tersebut berkomitmen akan mengurangi 26 persen emisi karbon pada 2020. Salah satu solusi upaya mengurangi emisi karbon adalah dengan melakukan penanaman Pohon Trembesi. Pohon Trembesi diyakini sebagai suatu terobosan dalam mengatasi pemanasan global karena memiliki daya serap gas CO₂ yang sangat tinggi. Satu batang pohon Trembesi mampu menyerap 28,5 ton gas CO₂ setiap tahunnya (diameter 15m). Selain itu juga, Pohon Trembesi juga mampu menurunkan konsentrasi gas secara efektif.